

Avertissement

La présente étude a été rédigée à partir d'informations publiques. Ce document a été rédigé par VIGAO, Paris. Bien que les informations contenues dans le présent document proviennent de sources que VIGAO considère comme fiables, nous ne pouvons en garantir l'exactitude, ces informations pouvant être soit incomplètes, soit condensées. Toute référence aux résultats antérieurs ne saurait constituer une indication quant aux performances à venir. Ces informations ne peuvent servir de seule base d'évaluation des valeurs et ce document ne saurait constituer un prospectus d'émission. Toutes les estimations et opinions contenues dans ce rapport constituent l'opinion actuelle de leurs auteurs respectifs et peuvent être modifiées sans préavis. Elle ne prétend pas être exhaustive et ne constitue pas une recommandation d'effectuer un investissement.

VIGAO n'a pas et n'a pas eu, pour compte propre, une position sur l'une des sociétés mentionnées.

VIGAO ne pourra être tenue responsable des conséquences pouvant résulter de l'utilisation d'une quelconque opinion ou information contenue dans le présent document. Il en est de même de toute omission.

Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement, sur quelque support que ce soit, le présent ouvrage sans l'autorisation de l'auteur ou de l'éditeur. Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code Pénal.

La communication de la présente étude n'implique aucune obligation de la part de VIGAO de donner au destinataire toute information complémentaire.

L'ensemble des marques citées dans ce document est la propriété de leur propriétaire respectif.

Table des matières

1.	L'industrie des jeux vidéo	22
1.1.	La structure de l'Industrie	22
1.2.	Les Acteurs	26
1.3.	Les Métiers.....	30
1.4.	Comparaison avec l'industrie du disque et du film.....	32
1.5.	De l'Atari 2600 à aujourd'hui : évolution des business models.....	34
	Pourquoi les consoles et les PC ont-ils connu tant de trajectoires différentes?.....	37
	Pourquoi la Game Boy constitue-t-elle un monopole contrairement aux consoles de salon?	38
1.6.	Etat des lieux de la concurrence : chiffre d'affaires et flux de cash de 1992 à 2002.....	39
1.7.	Quelles menaces pour la structure actuelle de l'industrie?	41
	L'Internet deviendra t-il un moyen de substituer les consoles?	41
	Et si Internet se révélait être une mauvaise voie de développement?.....	42
	Qu'advient-il des développeurs et des éditeurs de jeux?	43
	Quel impact pour les fabricants de consoles?.....	44
	Quelle place pour les téléphones portables?.....	45
	Pourquoi le PC n'a t-il pas balayé les consoles?.....	47
1.8.	Le marché ciblé : Evolutions et Opportunités du marché.....	49
1.8.1.	Le marché géographique	49
1.8.2.	Les tendances démographiques	50
	L'élargissement de la tranche d'âge	50
	La croissance rapide des adolescents	52
	Le marché des femmes	52
	L'augmentation du pouvoir d'achat des jeunes	52
	Répartition des ventes de consoles et de jeux	53
1.9.	Les Plate-formes.....	54
1.9.1.	Les consoles de salon	55
1.9.1.1.	<i>Le cycle des consoles.....</i>	55
1.9.1.1.1.	La théorie.....	55
1.9.1.1.2.	Le cycle actuel.....	58
1.9.1.1.3.	La fin du cycle.....	59
1.9.1.2.	<i>Les consoles 128-bit.....</i>	63
1.9.1.2.1.	La PlayStation 2	64
	Historique.....	64
	Performances 2003.....	65
1.9.1.2.2.	La Nintendo GameCube	67
	Historique.....	67
	Performances 2003.....	67
1.9.1.2.3.	La Xbox.....	69
	Historique.....	69
	Performances 2003.....	70
1.9.2.	Les consoles portables.....	73
1.9.2.1.	<i>La Game Boy Advance / SP.....</i>	73
1.9.2.1.1.	Historique	73
1.9.2.1.2.	Performances 2003	74
1.9.2.2.	<i>La PSP.....</i>	76
1.9.2.3.	<i>La Nokia N-Gage</i>	77
1.10.	Analyse comportementale de l'industrie : les comportements absurdes de l'industrie des loisirs interactifs	78

Comportement n°1 : Mettre fin à chaque cycle des consoles au bout de cinq ans	78
Comportement n°2 : Un nouveau lancement de console ne peut être justifié sans grandes avancées technologiques.....	80
Comportement n°3 : rechercher l'avantage du "premier entrant"	83
Comportement n°4 : surenchérir sur le développement de jeux pour les nouvelles consoles	84
Comportement n°5 : Tronquer le cycle actuel.....	85
Comportement n°6 : Mettre de côté le consommateur	85
Comportement n°7 : Mettre de côté les fournisseurs	87
Comportement n°8 : Miser sur le décollage des jeux en ligne	87
Comportement n°9 : Ignorer les besoins des distributeurs	88
Post-Scriptum : Les leçons à tirer du cycle actuel.....	90
1.11. Un marché en consolidation ?	92
1.11.1. Consolidation du marché des éditeurs.....	92
1.11.2. Consolidation du marché des développeurs	94
1.11.3. Les transactions ayant eu lieu en 2000	96
1.11.4. Les transactions ayant eu lieu en 2001	97
1.11.5. Les transactions ayant eu lieu en 2002	98
1.11.6. Les transactions ayant eu lieu en 2003	98
1.11.7. Les transactions ayant eu lieu depuis le 1 ^{er} janvier 2004.....	99
1.12. Stratégie et concurrence	100
1.12.1. Stratégies des fabricants de consoles.....	100
1.12.2. Stratégie des éditeurs et des développeurs de jeux vidéo	103
1.13. Prévisions des ventes de consoles et de jeux dans le monde.....	106
1.13.1. Les consoles	106
1.13.1.1. Les Etats-Unis	108
1.13.1.2. L'Europe.....	109
1.13.1.3. Le Japon.....	110
1.13.1.4. Le Monde.....	111
1.13.2. Les ordinateurs personnels	112
1.13.3. Les jeux vidéo	113
1.13.3.1. Les Etats-Unis	115
1.13.3.2. L'Europe.....	116
1.13.3.3. La Japon.....	117
1.13.3.4. Le Monde.....	118
1.14. Les genres.....	119
1.14.1. Stratégie/RPG (18%).....	120
1.14.2. Sports et Sports Extrêmes (15%).....	121
1.14.3. Action (40%) et Aventure (2%)	123
1.14.4. Racing (14%)	125
1.14.5. Les autres genres	126
1.14.5.1. Simulation (4%).....	126
1.14.5.2. Autres (7%)	126
1.15. Synthèse des événements majeurs prévus fin 2004 et 2005.....	129
2. Les éditeurs Français.....	132
2.1. Le marché Français.....	132
2.1.1. Les nouvelles orientations stratégiques	132
2.1.2. Des approches distinctes	137
2.1.3. Quel avenir pour les catalogues?.....	139
2.1.4. Scénario d'évolution du modèle actuel	141
2.1.5. Une mutation stratégique favorisée par un contexte sectoriel favorable	142
2.2. Atari (Infogrames)	143
2.2.1. Profil.....	143
2.2.2. Stratégie	146

2.2.3.	Les acquisitions	147
2.2.4.	Données Financières	148
2.2.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	150
2.3.	Ubi Soft	153
2.3.1.	Profil.....	153
2.3.2.	Analyse et Stratégie.....	153
2.3.3.	Les acquisitions	154
2.3.4.	Données Financières	155
2.3.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	157
2.4.	Vivendi Universal Games	160
2.4.1.	Profil.....	160
2.4.2.	Données Financières	161
2.4.3.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	162
3.	Les éditeurs Américains et Britanniques	166
3.1.	Acclaim.....	166
3.1.1.	Profil.....	166
3.1.2.	Acquisitions	166
3.1.3.	Analyse.....	166
3.1.4.	Données Financières	168
3.1.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	170
3.2.	Activision.....	173
3.2.1.	Profil et Stratégie.....	173
3.2.2.	Acquisitions	174
3.2.3.	Analyse.....	175
3.2.4.	Données Financières	176
3.2.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	178
3.3.	Electronic Arts (EA)	181
3.3.1.	Profil.....	181
3.3.2.	Stratégie	182
3.3.3.	EA Sports	183
3.3.4.	EA Sports Big	185
3.3.5.	The Sims	186
3.3.6.	Les licences et propriétés de l'industrie du cinéma	188
3.3.6.1.	<i>Harry Potter</i>	189
3.3.6.2.	<i>The Lord of the Rings</i>	189
3.3.6.3.	<i>James Bond</i>	190
3.3.7.	Les autres titres majeurs.....	190
3.3.7.1.	<i>Need for speed</i>	191
3.3.7.2.	<i>Medal of Honor</i>	191
3.3.7.3.	<i>Command & Conquer</i>	192
3.3.8.	EA Partners	192
3.3.9.	Online.....	193
3.3.10.	Acquisitions	193
3.3.11.	Analyse des performances 2003.....	193
3.3.12.	Données Financières	195
3.3.13.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	197
3.4.	Eidos	200
3.4.1.	Profil et stratégie	200
3.4.1.1.	<i>Stratégie de réalisation de bénéfices</i>	200
3.4.1.2.	<i>Stratégie de portefeuille</i>	200
3.4.1.2.1.	Un portefeuille diversifié de qualité	200
3.4.1.2.2.	Un nombre important de franchises réussies	201
3.4.1.2.3.	Une stratégie claire sur les jeux futurs.....	201
3.4.1.2.4.	Sur-performance des titres de back catalogue	202

3.4.2.	Le management du process de développement	202
3.4.2.1.	<i>Focaliser sur le développement en interne et accentuer le développement de propriétés intellectuelles propriétaires.....</i>	203
3.4.2.2.	<i>Plus de contrôle interne sur les processus de développement.....</i>	204
3.4.3.	Acquisitions	206
3.4.4.	Données Financières	207
3.4.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	209
3.5.	Microsoft.....	212
3.5.1.	Profil.....	212
3.5.2.	Acquisitions	213
3.5.3.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	214
3.6.	Midway.....	217
3.6.1.	Profil.....	217
3.6.2.	Acquisitions	217
3.6.3.	Analyse.....	217
3.6.4.	Données Financières	218
3.6.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	220
3.7.	Take-Two Interactive.....	223
3.7.1.	Profil.....	223
3.7.2.	Acquisitions	223
3.7.3.	Analyse.....	224
3.7.4.	Données Financières	225
3.7.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	227
3.8.	THQ.....	230
3.8.1.	Profil.....	230
3.8.2.	Stratégie	231
3.8.3.	Acquisitions	232
3.8.4.	Analyse.....	232
3.8.5.	Données Financières	234
3.8.6.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	236
4.	Les éditeurs Japonais	240
4.1.	Capcom	240
4.1.1.	Profil.....	240
4.1.2.	Stratégie	241
4.1.3.	Acquisitions	241
4.1.4.	Données Financières	242
4.1.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	244
4.2.	Konami.....	247
4.2.1.	Profil et stratégie	247
4.2.2.	Acquisitions	248
4.2.3.	Données Financières	249
4.2.4.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	251
4.3.	Namco.....	254
4.3.1.	Profil.....	254
4.3.2.	Stratégie	254
4.3.3.	Acquisitions	255
4.3.4.	Données Financières	256
4.3.5.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	258
4.4.	Nintendo.....	261
4.4.1.	Profil et stratégie	261
4.4.2.	Données Financières	263
4.4.3.	Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	265

4.5. Sega.....	268
4.5.1. Profil.....	268
4.5.2. Acquisitions	269
4.5.3. Données Financières	270
4.5.4. Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	272
4.6. Sony	275
4.6.1. Profil.....	275
4.6.2. Acquisitions	275
4.6.3. Données Financières	276
4.6.4. Evolutions et analyse du catalogue depuis 2000	277
5. Les développeurs.....	282
5.1. Evolution démographique des studios indépendants	282
5.1.1. Le monde.....	282
5.1.2. La zone USA et Canada	283
5.1.3. La zone UK	283
5.1.4. La zone Europe	284
5.1.5. La zone Japon.....	287
5.1.6. La zone Asie.....	288
5.1.7. La zone Océanie.....	288
5.2. Les différents business models	290
5.3. La différenciation est-elle encore possible ?.....	292
5.4. L'industrie du jeu vidéo en France depuis 2000.....	294
5.4.1. Echantillon et méthodologie.....	294
5.4.2. Les indicateurs du marché entre 2000 et 2002	297
5.4.2.1. Synthèse.....	297
5.4.2.2. Positionnement des studios du référentiel en 2002	298
5.4.2.3. Positionnement des studios du référentiel en 2001	299
5.4.2.4. Positionnement des studios du référentiel en 2000	300
5.4.3. Analyse des tendances.....	301
5.4.3.1. Le chiffre d'affaires et l'effectif des studios	301
5.4.3.2. Les marges	304
5.4.3.3. Evolution du Return On Capital Employed (ROCE).....	306
5.5. Les studios Français.....	307
5.5.1. Les studios du référentiel	307
5.5.1.1. <i>Arkane Studios</i>	307
5.5.1.1.1. Profil.....	307
5.5.1.1.2. Gamographie	307
5.5.1.1.3. Synthèse des agrégats financiers	308
5.5.1.1.4. Evolution de la société.....	308
5.5.1.1.5. Matrice SWOT	309
5.5.1.2. <i>Babylon Software</i>	310
5.5.1.2.1. Profil.....	310
5.5.1.2.2. Gamographie	310
5.5.1.2.3. Synthèse des agrégats financiers	311
5.5.1.2.4. Evolution de la société.....	311
5.5.1.2.5. Matrice SWOT	312
5.5.1.3. <i>Captain Interactive</i>	313
5.5.1.3.1. Profil.....	313
5.5.1.3.2. Gamographie	313
5.5.1.3.3. Synthèse des agrégats financiers	313
5.5.1.3.4. Evolution de la société.....	314
5.5.1.3.5. Matrice SWOT	314
5.5.1.4. <i>Carapace</i>	315
5.5.1.4.1. Profil.....	315

5.5.1.4.2.	Gamographie	315
5.5.1.4.3.	Synthèse des agrégats financiers	316
5.5.1.4.4.	Evolution de la société.....	316
5.5.1.4.5.	Matrice SWOT	317
5.5.1.5.	<i>Cyanide</i>	318
5.5.1.5.1.	Profil.....	318
5.5.1.5.2.	Gamographie	318
5.5.1.5.3.	Synthèse des agrégats financiers	319
5.5.1.5.4.	Evolution de la société.....	319
5.5.1.5.5.	Matrice SWOT	321
5.5.1.6.	<i>Darkworks</i>	322
5.5.1.6.1.	Profil.....	322
5.5.1.6.2.	Gamographie	323
5.5.1.6.3.	Synthèse des agrégats financiers	323
5.5.1.6.4.	Evolution de la société.....	323
5.5.1.6.5.	Matrice SWOT	325
5.5.1.7.	<i>Doki Denki</i>	326
5.5.1.7.1.	Profil.....	326
5.5.1.7.2.	Gamographie	326
5.5.1.7.3.	Synthèse des agrégats financiers	327
5.5.1.7.4.	Evolution de la société.....	327
5.5.1.7.5.	Matrice SWOT	329
5.5.1.8.	<i>Eden Studio</i>	330
5.5.1.8.1.	Profil.....	330
5.5.1.8.2.	Gamographie	330
5.5.1.8.3.	Synthèse des agrégats financiers	331
5.5.1.8.4.	Evolution de la société.....	331
5.5.1.8.5.	Matrice SWOT	332
5.5.1.9.	<i>Eko Software</i>	333
5.5.1.9.1.	Profil.....	333
5.5.1.9.2.	Gamographie	333
5.5.1.9.3.	Synthèse des agrégats financiers	334
5.5.1.9.4.	Evolutions de la société.....	334
5.5.1.9.5.	Matrice SWOT	335
5.5.1.10.	<i>Etranges Libellules</i>	336
5.5.1.10.1.	Profil.....	336
5.5.1.10.2.	Gamographie	336
5.5.1.10.3.	Synthèse des agrégats financiers	337
5.5.1.10.4.	Evolution de la société.....	337
5.5.1.10.5.	Matrice SWOT	339
5.5.1.11.	<i>Eugen System</i>	340
5.5.1.11.1.	Profil.....	340
5.5.1.11.2.	Gamographie	340
5.5.1.11.3.	Synthèse des agrégats financiers	341
5.5.1.11.4.	Evolution de la société.....	341
5.5.1.11.5.	Matrice SWOT	343
5.5.1.12.	<i>Galilée</i>	344
5.5.1.12.1.	Profil.....	344
5.5.1.12.2.	Gamographie	344
5.5.1.12.3.	Synthèse des agrégats financiers	345
5.5.1.12.4.	Evolution de la société.....	345
5.5.1.12.5.	Matrice SWOT	347
5.5.1.13.	<i>In-Fusio</i>	348
5.5.1.13.1.	Profil.....	348
5.5.1.13.2.	Gamographie	349
5.5.1.13.3.	Synthèse des agrégats financiers	349
5.5.1.13.4.	Evolution de la société.....	349
5.5.1.13.5.	Matrice SWOT	351
5.5.1.14.	<i>Lexis Numérique</i>	352
5.5.1.14.1.	Profil.....	352

5.5.1.14.2.	Gamographie	352
5.5.1.14.3.	Synthèse des agrégats financiers	353
5.5.1.14.4.	Evolution de la société.....	353
5.5.1.14.5.	Matrice SWOT	354
5.5.1.15.	<i>Neko</i>	355
5.5.1.15.1.	Profil.....	355
5.5.1.15.2.	Gamographie	355
5.5.1.15.3.	Synthèse des agrégats financiers	356
5.5.1.15.4.	Evolution de la société.....	356
5.5.1.15.5.	Matrice SWOT	358
5.5.1.16.	<i>Nevrax</i>	359
5.5.1.16.1.	Profil.....	359
5.5.1.16.2.	Gamographie	359
5.5.1.16.3.	Synthèse des agrégats financiers	360
5.5.1.16.4.	Evolution de la société.....	360
5.5.1.16.5.	Matrice SWOT	362
5.5.1.17.	<i>PAM Developpement</i>	363
5.5.1.17.1.	Profil.....	363
5.5.1.17.2.	Gamographie	363
5.5.1.17.3.	Synthèse des agrégats financiers	364
5.5.1.17.4.	Evolution de la société.....	364
5.5.1.17.5.	Matrice SWOT	365
5.5.1.18.	<i>Quantic Dream</i>	366
5.5.1.18.1.	Profil.....	366
5.5.1.18.2.	Gamographie	366
5.5.1.18.3.	Synthèse des agrégats financiers	367
5.5.1.18.4.	Evolution de la société.....	367
5.5.1.18.5.	Matrice SWOT	370
5.5.1.19.	<i>Teamchman</i>	371
5.5.1.19.1.	Profil.....	371
5.5.1.19.2.	Gamographie	371
5.5.1.19.3.	Synthèse des agrégats financiers	371
5.5.1.19.4.	Evolution de la société.....	372
5.5.1.19.5.	Matrice SWOT	372
5.5.1.20.	<i>Tiwak</i>	373
5.5.1.20.1.	Profil.....	373
5.5.1.20.2.	Gamographie	373
5.5.1.20.3.	Synthèse des agrégats financiers	374
5.5.1.20.4.	Evolution de la société.....	374
5.5.1.20.5.	Matrice SWOT	376
5.5.1.21.	<i>Visual Impact</i>	377
5.5.1.21.1.	Profil.....	377
5.5.1.21.2.	Gamographie	377
5.5.1.21.3.	Synthèse des agrégats financiers	378
5.5.1.21.4.	Evolution de la société.....	378
5.5.1.21.5.	Matrice SWOT	379
5.5.1.22.	<i>Widescreen Games</i>	380
5.5.1.22.1.	Profil.....	380
5.5.1.22.2.	Gamographie	380
5.5.1.22.3.	Synthèse des agrégats financiers	381
5.5.1.22.4.	Evolution de la société.....	381
5.5.1.22.5.	Matrice SWOT	383
5.5.2.	Les autres studios	384
5.5.2.1.	<i>Aleph-0</i>	384
5.5.2.2.	<i>Ankama</i>	384
5.5.2.3.	<i>Antik Games</i>	385
5.5.2.4.	<i>Asobo Studio</i>	385
5.5.2.5.	<i>Atrébrates éditions</i>	386
5.5.2.6.	<i>Be Tomorrow</i>	386
5.5.2.7.	<i>Datura Studios</i>	387

5.5.2.7.1.	Profil.....	387
5.5.2.7.2.	Gamographie	387
5.5.2.8.	<i>DreamOn studios</i>	388
5.5.2.9.	<i>Exood4 Studios</i>	388
5.5.2.10.	<i>Exkee</i>	389
5.5.2.11.	<i>F4 Toys</i>	389
5.5.2.12.	<i>Gaming Side</i>	389
5.5.2.13.	<i>Green Rabbit Software</i>	390
5.5.2.14.	<i>Hydravision Entertainment</i>	390
5.5.2.15.	<i>Hyper Devbox</i>	391
5.5.2.16.	<i>Kando games</i>	391
5.5.2.17.	<i>Kheops Studios</i>	392
5.5.2.18.	<i>Kylotonn Entertainment (ex-4X Studios)</i>	392
5.5.2.18.1.	Profil.....	392
5.5.2.18.2.	Gamographie	392
5.5.2.19.	<i>Level of Detail Software (LOD Soft.)</i>	393
5.5.2.20.	<i>Mekensleep</i>	393
5.5.2.21.	<i>Monte Cristo Multimédia</i>	394
5.5.2.21.1.	Profil.....	394
5.5.2.21.2.	Gamographie	394
5.5.2.22.	<i>Namdoo</i>	395
5.5.2.22.1.	Profil.....	395
5.5.2.22.2.	Gamographie	395
5.5.2.23.	<i>Np3 (NP Cube)</i>	396
5.5.2.24.	<i>Obraz Studios</i>	396
5.5.2.25.	<i>Poseidon Studios</i>	397
5.5.2.26.	<i>Tetraedge</i>	397
5.5.2.27.	<i>Variations-R</i>	398
5.5.2.28.	<i>WHite Birds Productions</i>	399
5.5.2.29.	<i>Zenops Games</i>	400

6. Annexes..... 402

6.1.	Données de la production mondiale.....	402
6.2.	Les éditeurs de jeux vidéos en bourse.....	405
6.2.1.	Les index VIGAO	405
6.2.2.	Le marché européen	405
6.2.3.	Le marché américain	406
6.2.4.	Le marché japonais	406
6.3.	Définitions du vocabulaire comptable et financier.....	407
6.3.1.	Fonds de roulement brut (FRB) ou Actif Circulant.....	407
6.3.2.	Fonds de roulement net (FRN).....	407
6.3.3.	Besoin en fonds de roulement (BFR).....	407
6.3.4.	Trésorerie (T ou TRE ou TN).....	408
6.3.5.	L'analyse statique.....	408
6.3.6.	L'analyse dynamique	409
6.3.7.	La valeur ajoutée (VA).....	409
6.3.8.	Capacité d'autofinancement (CAF).....	409
6.4.	Les ratios de l'analyse Statique.....	410
6.4.1.	Les ratios de Structure.....	410
6.4.1.1.	<i>Les ratios concernant l'Actif</i>	410
6.4.1.1.1.	Poids des immobilisations corporelles.....	410
6.4.1.1.2.	Poids des stocks.....	410
6.4.1.1.3.	Poids des créances commerciales	411
6.4.1.1.4.	Poids des disponibilités	411
6.4.1.2.	<i>Les ratios concernant le passif</i>	412
6.4.1.3.	<i>Stabilité du Financement</i>	412

6.4.1.3.1.	L'autonomie Financière ou Effet de Levier.....	412
6.4.2.	Les ratios de synthèse.....	412
6.4.2.1.	L'autonomie de financement à long terme.....	413
6.4.2.2.	Le ratio de liquidité générale ou " Current ratio ".....	413
6.4.2.3.	Le ratio de liquidité restreinte.....	413
6.4.3.	Les ratios de rotation.....	413
6.4.3.1.	Le ratio de rotation des actifs.....	413
6.4.3.2.	Le ratio de rotation des capitaux propres.....	414
6.4.4.	Les ratios de l'analyse Dynamique.....	414
6.4.4.1.	Les ratios de rendement.....	414
6.4.4.1.1.	Return on capital employed (ROCE).....	414
6.4.4.1.2.	Return on assets (ROA).....	414
6.4.4.2.	Les ratios de rentabilité.....	414
6.4.4.2.1.	Return on Equity (ROE).....	415
6.5.	Données financières des studios français.....	416
6.5.1.	Arkane Studio.....	416
6.5.1.1.	Les données d'exploitation.....	416
6.5.1.2.	L'analyse statique.....	416
6.5.1.3.	L'analyse Dynamique.....	416
6.5.2.	Babylon Software.....	417
6.5.2.1.	Les données d'exploitation.....	417
6.5.2.2.	L'analyse statique.....	417
6.5.2.3.	L'analyse Dynamique.....	417
6.5.3.	Captain Interactive.....	418
6.5.3.1.	Les données d'exploitation.....	418
6.5.3.2.	L'analyse statique.....	418
6.5.3.3.	L'analyse Dynamique.....	418
6.5.4.	Carapace.....	419
6.5.4.1.	Les données d'exploitation.....	419
6.5.4.2.	L'analyse statique.....	419
6.5.4.3.	L'analyse Dynamique.....	419
6.5.5.	Cyanide.....	420
6.5.5.1.	Les données d'exploitations.....	420
6.5.5.2.	L'analyse statique.....	420
6.5.5.3.	L'analyse dynamique.....	420
6.5.6.	Darkworks.....	421
6.5.6.1.	Les données d'exploitation.....	421
6.5.6.2.	L'analyse statique.....	421
6.5.6.3.	L'analyse dynamique.....	421
6.5.7.	Doki Denki.....	422
6.5.7.1.	Les données d'exploitation.....	422
6.5.7.2.	L'analyse statique.....	422
6.5.7.3.	L'analyse dynamique.....	422
6.5.8.	Eden Studio.....	423
6.5.8.1.	Les données d'exploitation.....	423
6.5.8.2.	L'analyse statique.....	423
6.5.8.3.	L'analyse dynamique.....	423
6.5.9.	Eko Software.....	424
6.5.9.1.	Les données d'exploitation.....	424
6.5.9.2.	L'analyse statique.....	424
6.5.9.3.	L'analyse dynamique.....	424
6.5.10.	Etranges libellules.....	425
6.5.10.1.	Les données d'exploitation.....	425
6.5.10.2.	L'analyse statique.....	425
6.5.10.3.	L'analyse dynamique.....	425
6.5.11.	Eugen System.....	426
6.5.11.1.	Les données d'exploitation.....	426
6.5.11.2.	L'analyse statique.....	426
6.5.11.3.	L'analyse dynamique.....	426
6.5.12.	Galilea.....	427

6.5.12.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	427
6.5.12.2.	<i>L'analyse statique</i>	427
6.5.12.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	427
6.5.13.	In-fusio	428
6.5.13.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	428
6.5.13.2.	<i>L'analyse statique</i>	428
6.5.13.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	428
6.5.14.	Neko	429
6.5.14.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	429
6.5.14.2.	<i>L'analyse statique</i>	429
6.5.14.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	429
6.5.15.	Nevrax	430
6.5.15.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	430
6.5.15.2.	<i>L'analyse statique</i>	430
6.5.15.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	430
6.5.16.	PAM Development	431
6.5.16.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	431
6.5.16.2.	<i>L'analyse statique</i>	431
6.5.16.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	431
6.5.17.	Quantic Dream	432
6.5.17.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	432
6.5.17.2.	<i>L'analyse statique</i>	432
6.5.17.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	432
6.5.18.	TeamChman	433
6.5.18.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	433
6.5.18.2.	<i>L'analyse statique</i>	433
6.5.18.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	433
6.5.19.	Tiwak	434
6.5.19.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	434
6.5.19.2.	<i>L'analyse statique</i>	434
6.5.19.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	434
6.5.20.	Visual Impact	435
6.5.20.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	435
6.5.20.2.	<i>L'analyse statique</i>	435
6.5.20.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	435
6.5.21.	Widescreen Games	436
6.5.21.1.	<i>Les données d'exploitation</i>	436
6.5.21.2.	<i>L'analyse statique</i>	436
6.5.21.3.	<i>L'analyse dynamique</i>	436

Table des illustrations

<i>Schéma I-1 : Principales relations dans l'industrie des jeux vidéo (source : VIGAO)</i>	22
<i>Schéma I-2 : Chaîne de valeur de l'industrie des jeux vidéo</i>	26
<i>Schéma I-3 : Illustration des différentes industries des médias et de leurs acteurs (source : VIGAO)</i>	32
<i>Tableau I-1 : Résultats cumulés de l'industrie de 1992 à 2002</i>	39
<i>Graphe I-1 : Ventes mondiales de l'industrie des loisirs interactifs de 2000 à 2006e en M\$ (source : VIGAO)</i>	49
<i>Graphe I-2 : Taille des marchés Américains et Européens entre 2000 à 2006 en M\$ (source : VIGAO)</i>	53
<i>Tableau I-2 : Répartition géographique des parts de marché des consoles en 2003</i>	54
<i>Graphe I-3 : Le cycle des jeux vidéo (source : VIGAO)</i>	55
<i>Graphe I-4 : Evolution des ventes annuelles de PlayStation et de PlayStation 2 (en millions d'unités) (source : Sony)</i>	57
<i>Tableau I-3 : Evolution des ventes de consoles Sony depuis 1995</i>	57
<i>Graphe I-5 : Comparaison des ventes cumulées de consoles PlayStation et PlayStation 2 au cours des 4 premières années de lancement (source : Sony)</i>	58
<i>Tableau I-4 : Evolution du "tie ratio" de 1995 à 2007</i>	59
<i>Tableau I-5 : Evolution du niveau de prix de 1995 à 2007</i>	62
<i>Tableau I-6 : Evolution de la base installée de consoles en Europe et aux Etats-Unis de 2000 à 2006</i>	63
<i>Tableau I-7 : Evolution de la base installée de consoles dans le monde de 2000 à 2006</i>	64
<i>Tableau I-8 : PlayStation 2 : Evolution des genres depuis 2000</i>	65
<i>Graphe I-6 : Répartition géographique des ventes de PlayStation 2 de 2000 à 2006</i>	66
<i>Tableau I-9 : GameCube : Evolution des genres depuis 2000</i>	67
<i>Graphe I-7 : Répartition géographique des ventes de GameCube de 2000 à 2006</i>	68
<i>Tableau I-10 : Xbox : Evolution des genres depuis 2000</i>	69
<i>Graphe I-8 : Evolutions hebdomadaires des ventes de consoles au Japon du 22 décembre 2003 au 8 août 2004</i>	70
<i>Tableau I-11 : TOP 30 des ventes de jeux consoles au Japon entre le 30 décembre 2002 et le 28 décembre 2003</i>	71
<i>Graphe I-9 : Répartition géographique des ventes de Xbox de 2000 à 2006</i>	72
<i>Tableau I-12 : Game Boy années/Advance/Advance SP : Evolution des genres depuis 2000</i>	74
<i>Graphe I-10 : Répartition géographique des ventes de Game Boy Advance/SP de 2000 à 2006</i>	75
<i>Tableau I-13 : Evolution des caractéristiques techniques des consoles depuis 1980</i>	80
<i>Tableau I-14 : Evolution des opérations d'acquisition depuis 2000</i>	94
<i>Tableau I-15 : Nombre de studios achetés par les éditeurs depuis 2000</i>	94
<i>Tableau I-16 : Nombre de consoles par foyer</i>	106
<i>Tableau I-17 : Volumes des ventes de consoles aux Etats-Unis (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	108
<i>Tableau I-18 : Volumes des ventes de consoles aux Etats-Unis (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	108
<i>Tableau I-19 : Volumes des ventes de consoles en Europe (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	109
<i>Tableau I-20 : Volumes des ventes de consoles en Europe (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	109
<i>Tableau I-21 : Volumes des ventes de consoles au Japon (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	110
<i>Tableau I-22 : Volumes des ventes de consoles au Japon (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	110
<i>Tableau I-23 : Volumes des ventes de consoles dans le monde (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	111
<i>Tableau I-24 : Volumes des ventes de consoles dans le monde (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	111
<i>Tableau I-25 : Ventes de jeux pour PC de 2000 à 2003</i>	112
<i>Graphe I-11 : Evolution des ventes mondiales de jeux vidéo de 2000 à 2006</i>	113
<i>Tableau I-26 : Volumes des ventes de jeux aux Etats-Unis (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	115
<i>Tableau I-27 : Volumes des ventes de jeux aux Etats-Unis (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	115
<i>Tableau I-28 : Volumes des ventes de jeux en Europe (en millions d'unités de 2000 à 2006)</i>	116
<i>Tableau I-29 : Volumes des ventes de jeux en Europe (en M\$ de 2000 à 2006)</i>	116

Tableau 1-30 : Volumes des ventes de jeux au Japon (en millions d'unités de 2000 à 2006)	117
Tableau 1-31 : Volumes des ventes de jeux au Japon (en M\$ de 2000 à 2006)	117
Tableau 1-32 : Volumes des ventes mondiales de jeux (en millions d'unités de 2000 à 2006)	118
Tableau 1-33 : Volumes des ventes mondiales de jeux (en M\$ de 2000 à 2006)	118
Tableau 1-34 : Répartition de la production mondiale de jeux vidéo par genre	119
Tableau 1-35 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Stratégie/RPG	120
Tableau 1-36 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Sports	122
Tableau 1-37 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Sports Extrêmes	122
Tableau 1-38 : Répartition des jeux de Sports/Sports Extrêmes par type de sport	122
Tableau 1-39 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Action	123
Tableau 1-40 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Shooters	124
Tableau 1-41 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis - Fighting	125
Tableau 1-42 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis – Course	126
Tableau 1-43 : 10 meilleures ventes de jeux aux Etats-Unis – Combat Racing	126
Tableau 1-44 : Tableau récapitulatif tous genres confondus	128
Graphe 2-1 : Nombre de SKU par éditeur 2003 (source : VIGAO)	133
Tableau 2-1 : Liste des principales franchises et licences des leaders mondiaux indépendants	134
Graphe 2-2 : Poids de la R&D des principaux éditeurs en % du chiffre d'affaires 2003 (sources : rapports annuels 2003, VIGAO)	135
Graphe 2-3 : Chiffre d'affaires moyen par SKU en 2003 (sources : rapports annuels 2003, VIGAO)	135
Graphe 2-4 : Marges opérationnelles des principaux éditeurs (sources : rapports annuels 2003, VIGAO)	139
Graphe 3-1 : Répartition du chiffre d'affaires 2003 par activité	181
Graphe 3-2 : Parts de marché d'Electronic Arts sur les jeux de sports	184
Graphe 3-3 : Répartition des parts de marché des principaux éditeurs	187
Tableau 3-1 : Chiffre d'affaires généré par les films et les jeux associés aux USA	188
Tableau 3-2 : Liste des partenariats conclus par Electronic Arts	192
Tableau 3-3 : Eidos :Prévisions des ventes par franchise pour l'année 2004	201
Tableau 3-4 : Liste des principales franchises d'Eidos	204
Tableau 4-1 : Impact du retrait de Nintendo du marché des consoles sur le chiffre d'affaires	262
Graphe 5-1 : Répartition des studios de développement dans le monde en 2003 (source : VIGAO)	282
Tableau 5-1 : Croissance géographique des studios depuis 2000	282
Tableau 5-2 : Evolutions des ouvertures et fermetures de studios de la zone USA et Canada	283
Tableau 5-3 : Evolutions des ouvertures et fermetures de studios au Royaume Uni	283
Tableau 5-4 : Evolutions des ouvertures et fermetures de studios en Europe	284
Graphe 5-2 : Croissance des studios en Europe depuis 2000 (source : VIGAO)	285
Graphe 5-3 : Répartition géographique des fermetures de studios en Europe depuis 2000 (source : VIGAO)	285
Tableau 5-5 : Evolutions des ouvertures et fermetures de studios au Japon	287
Tableau 5-6 : Evolutions des ouvertures et fermetures de studios en Asie (hors Japon)	288
Graphe 5-4 : Evolution du chiffre d'affaires global des studios de développement du référentiel (sources : comptes publiés, VIGAO)	301
Graphe 5-5 : Evolution du chiffre d'affaires moyen des studios français depuis 2000 (sources : comptes publiés, VIGAO)	301
Graphe 5-6 : Evolution du chiffre d'affaires moyen des studios français en France (gauche) et à l'international (droite) depuis 2000 (sources : comptes publiés, VIGAO)	302
Graphe 5-7 : Evolution de l'effectif global des studios de développement du référentiel (sources : comptes publiés, VIGAO)	303
Tableau 5-7 : Evolution des studios des 1er et 3ème en quartile en terme de chiffre d'affaires (sources : comptes publiés)	305
Tableau 5-8 : Evolution des studios des 1er et 3ème en quartile en terme de ROCE (source : comptes publiés)	306
Graphe 6-1 : Evolutions des cours de bourse et des index des sociétés européennes depuis 2000 (base 100 au 01/01/2000)	405

Grphe 6-2 : Evolutions des cours de bourse et des index des sociétés américaines depuis 2000 (base 100 au 01/01/2000) _____ 406

Grphe 6-3 : Evolutions des cours de bourse et des index des sociétés japonaises depuis 2000 (base 100 au 01/01/2000) _____ 406